



**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, HARGA DAN KUALITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Konsumen *Smartphone* Xiaomi di Kota Kudus)

Oleh :

HENDRA WAHYUDI

2014-11-191

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2018**



**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, HARGA DAN KUALITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Konsumen *Smartphone* Xiaomi di Kota Kudus)

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Oleh :

HENDRA WAHYUDI

2014-11-191

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2018**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, HARGA DAN KUALITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Konsumen *Smartphone* Xiaomi di Kota Kudus)**

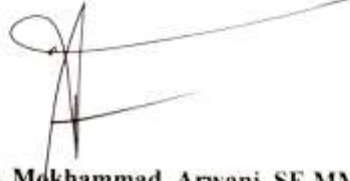
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal.....

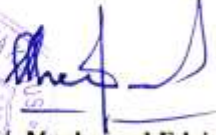
Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


Agung Subono, SE. MSi
NIDN. 0520017602


Pembimbing I


Dr. Mokhammad. Arwani, SE.MM
NIDN.0610057804

Mengetahui
Dekan


Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II


Dian Wismar'cin, SE. MM
NIDN.0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Barang siapa keluar untuk mencari Ilmu maka dia berada di jalan Allah”

(HR, Turmudzi)

“Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik”

(HR, Thabrani)

Persembahan :

Penulis persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Orang tuaku tercinta yang selalu menjadi guru, sahabat dan penopang lewat do'a dan kasih sayang
2. Teman dekat yang selalu dihati
3. Saudara – saudaraku
4. Sahabat – sahabatku
5. Rekan Kerjaku
6. Almamaterku UMK

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH WORD OF MOUTH, HARGA DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Konsumen Smartphone Xiaomi di Kota Kudus)”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan studi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Suparno, SH, M.S selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Agung Subono, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus
4. Bapak Dr. Mokhammad. Arwani, SE. MM selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
5. Ibu Dian Wismar'ain, SE. MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, terkhusus Jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus atas segala ilmu yang telah diberikan.
7. Kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sampaikan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis sadar dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat serta menambah pengetahuan bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Kudus, Agustus 2018

Hendra Wahyudi

2014-11-191

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, HARGA DAN KUALITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Konsumen *Smartphone* Xiaomi di Kota Kudus)**

**Oleh:
Hendra Wahyudi
2014-11-191**

Pembimbing : 1. Dr. Mokhammad. Arwani, SE.MM
2. Dian Wismar'ain, SE. MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMAN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *word of mouth*, harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian (studi kasus konsumen *Smartphone* Xiaomi di kota Kudus) dimana diajukan tiga variabel bebas/*independen* dan satu variabel terikat/*dependen*. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap konsumen *Smartphone* Xiaomi di kota Kudus dengan jumlah responden sebanyak 96 responden. Tahap pertama ialah menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi variabel *word of mouth*, harga, kualitas dan keputusan pembelian konsumen *Smartphone* Xiaomi di kota Kudus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian yaitu *word of mouth*, harga dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik melalui uji t maupun uji F. variabel *word of mouth*, harga dan kualitas memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 63,2%. Kualitas Produk memiliki pengaruh paling tinggi dibandingkan variabel lainnya, disarankan pihak xiaomi mempertahankan kualitas produknya karena hal tersebut mempengaruhi keputusan konsumen membeli sebuah produk.

Kata Kunci: *Word of Mouth*, Harga, Kualitas dan Keputusan Pembelian

**INFLUENCE OF WORD OF MOUTH, PRICES AND QUALITY AGAINST
PURCHASING DECISIONS**

(Case Study of Xiaomi Smartphone Consumers on Kudus City)

By:

Hendra Wahyudi

2014-11-191

Advisor : 1. Dr. Mokhammad. Arwani, SE.MM

2. Dian Wismar'ain, SE. MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAMS**

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of word of mouth, price and quality on purchasing decisions (consumer case study of Xiaomi Smartphone in Kudus) where proposed three independent variables and one dependent variable. This research was conducted by survey method to Xiaomi Smartphone consumer in Kudus city with the number of respondents as many as 96 respondents. The first step is to test the validity and reliability of the questions for each variable. The second stage, regressing variables word of mouth, price, quality and consumer purchase decision Xiaomi Smartphone in Kudus city.

The results of this study indicate that all variables in the research ie word of mouth, price and quality have a positive and significant effect on purchasing decisions either through t test or F test. Word of mouth variables, price and quality have an influence on purchasing decision of 63.2% . Product Quality has the highest influence compared to other variables, it is recommended the Xiaomi maintain the quality of its products because it affects the consumer's decision to buy a product.

Keywords: *Word of Mouth, Price, Quality and Purchase Decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	5
1.3. Perumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Pemasaran	10
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2. Manajemen Pemasaran	11
2.2. <i>Word of Mouth</i>	12
2.2.1. Pengertian <i>Word of Mouth</i>	12
2.2.2. Jenis-Jenis <i>Word of Mouth</i>	15
2.2.3. Motivasi Melakukan <i>Word of Mouth</i>	15
2.2.4. Indikator <i>Word of Mouth</i>	16

2.3. Harga	17
2.3.1. Pengertian Harga	17
2.3.2. Penetapan Harga	18
2.3.3. Tujuan Menetapkan Harga	19
2.3.4. Indikator Harga	20
2.4. Kualitas Produk	21
2.4.1. Pengertian Kualitas Produk	21
2.4.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	22
2.4.3. Indikator Kualitas Produk	26
2.5. Keputusan Pembelian	27
2.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian	27
2.5.2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	28
2.5.3. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	31
2.5.4. Indikator Keputusan Pembelian	33
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	36
2.7. Hubungan antar Variabel	36
2.7.1. Hubungan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	36
2.7.2. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian	36
2.7.3. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	37
2.8. Kerangka Pemikiran	39
2.9. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Rancangan Penelitian	41
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42
3.2.1. Macam Variabel	42

3.2.2. Definisi Operasional Variabel	42
3.3. Jenis dan Sumber Data	46
3.3.1. Jenis Data.....	46
3.3.2. Sumber Data	47
3.4. Populasi dan Sampel	47
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6. Pengolahan Data	49
3.7. Uji Instrumen	51
3.7.1. Uji Validitas.....	51
3.7.2. Uji Reliabilitas	53
3.8. Metode Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1. Gambaran Produk <i>Smartphone</i> Xiaomi	58
4.2. Penyajian Data	59
4.2.1. Data Identitas Responden.....	59
4.2.1.1. Jenis Kelamin Responden.....	59
4.2.1.2. Usia Responden	59
4.2.1.3. Pendidikan Terakhir Responden.....	60
4.2.2. Data Variabel.....	60
4.2.2.1. Variabel <i>Word Of Mouth</i>	60
4.2.2.2. Variabel Harga.....	61
4.2.2.3. Variabel Kualitas Produk	62
4.2.2.4. Variabel Keputusan Pembelian	63
4.3. Analisis Data	64

4.3.1. Analisis Regresi.....	64
4.3.2. Uji Hipotesis	65
4.3.2.1. Uji t	65
4.3.2.2. Uji F	69
4.3.2.3. Koefisien Determinasi	71
4.4. Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

1.1 Data penjualan <i>smartphone</i> diseluruh dunia berdasarkan sistem operasi.....	1
1.2 Data Jumlah Penjualan Smartphone Global pada Q4 2017	4
3.1 Hasil Pengujian Validitas	52
3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	53
4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur	59
4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4.4 Frekuensi Variabel <i>Word Of Mouth</i>	60
4.5 Frekuensi Variabel Harga	61
4.6 Frekuensi Variabel Kualitas Produk	62
4.7 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	63
4.8 Hasil Analisis Regresi	64
4.9 Hasil Analisis Parsial	66
4.10 Hasil Pengujian Berganda	69
4.11 Nilai Adjusted R Square	71

DAFTAR GAMBAR

2.1. Proses Keputusan Pembelian	28
2.2. Kerangka Berpikir	39

